

Для оцінювання взаємозв'язків між фінансовою стійкістю і фінансовим розвитком можна використати індикатори фінансової стійкості, дані Всесвітнього економічного форуму із розмежуванням країн, що розвиваються, і розвинених країн.

Література

1. Balancing Financial Stability, Innovation, and Economic Growth: White Paper: WEF. http://www3.weforum.org/docs/IP/2017/FS/WEF_Whitepaper_FSIEG.pdf (Last accessed 01.01.2018).

2. Michael D. B., Christopher M. M. Growing Up to Stability? Financial Globalization, Financial Development and Financial Crises. NBER Working Paper. 2015. June. № 21287. 58 p.

УДК 330.322.1

Бондаренко С.М., к.е.н., доцент
Київський національний університет
технологій та дизайну

АКТИВІЗАЦІЯ КРЕАТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ПО ЗАБЕЗПЕЧЕННЮ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ІНДУСТРІЇ МОДИ

Процеси глобалізації сучасного суспільства спонукають підприємства та організації постійно шукати нові шляхи забезпечення високого рівня якості та конкурентоспроможності своїх виробів та послуг на ринку. Це можливо лише шляхом формування інноваційних процесів, необхідною умовою яких є активізація креативності персоналу підприємства. Особливо важливими питання креативності персоналу є для виробничих підприємств індустрії моди, бізнес-процеси яких можна розділити на творчо-інтелектуальні (прогнозування модних трендів та тенденцій, моделювання, конструювання нових моделей виробів та ін.) і виробничі (виготовлення продукції).

У сфері управління якістю найбільш відомими є праці А. Глічева, П. Калити, В. Лапідуса, В. Мишина, К. Рамперсада, С. Фомічева та ін.

Проблеми якості і конкурентоспроможності продукції та підприємств розглянуто у працях [1-5]. Проте питання ролі креативності персоналу у процесах забезпечення високої якості продукції висвітлені недостатньо повно.

У сучасному світі будь-яка праця повинна включати креативність мислення, генерування цікавих ідей та їх комерціалізацію. Креативність – це здатність генерації нового знання шляхом розширення і трансформації бачення реальності як майбутнього, здатного системно організувати діяльність, тобто це творче конструювання [6]. З метою активізації креативності персоналу на підприємствах у сфері індустрії моди пропонується створювати групи фешн якості. Головною метою створення цих груп є активізація робіт по пошуку та реалізації шляхів не тільки підвищення якості і конкурентоспроможності виробів, але і їх модності та сучасності. Створення груп фешн якості на підприємстві дає змогу залучити до процесів забезпечення високої якості максимальну кількість працівників. Концептуальну модель управління групами фешн якості на підприємстві індустрії моди наведено на рис. 1.

Групи фешн якості створюються і функціонують на принципах добровільного об'єднання 3-12 працівників; підтримки зі сторони керівництва і створення необхідних умов для ефективної роботи груп; навчання та підвищення професійного рівня кожного члена групи; врахування результатів роботи кожного члена групи при оплаті праці та при просуванні по посадових сходах; формування атмосфери змагальності у групах і між групами, та ін.

При визначенні шляхів підвищення якості у групах фешн якості доцільно використовувати такі наукові методи: системного аналізу, генерування ідей, мозкового штурму, структуризації цілей, моделювання, ФВА та ін.

Організаційне та методичне керівництво групою фешн якості здійснюють менеджери підприємства і спеціально створювана секція груп фешн якості при координаційній раді з якості.

Групи фешн якості доцільно формувати з числа працівників одного структурного підрозділу, хоча можливі випадки формування груп фешн якості із числа декількох підрозділів.



Рис. 1. Концептуальна модель управління групами фешн якості на підприємстві індустрії моди

Очолювати групу якості повинен найбільш кваліфікований та ініціативний працівник, який обирається відкритим чи закритим голосуванням всіма членами групи. В координації роботи груп фешн якості велику роль відіграють куратори, які призначаються із числа найбільш кваліфікованих працівників. Куратор може виконувати обов'язки як в одній, так і у декількох групах фешн якості.

Таким чином, з метою підвищення якості та конкурентоспроможності продукції на ринку креативну діяльність працівників підприємств індустрії моди потрібно активізувати. Для цього пропонується створювати групи фешн якості.

Література

1. Бондаренко С. М. Імідж організації : сутність, зміст та основні етапи формування / С. М. Бондаренко, К. В. Ліфар // Технології та дизайн. – 2014. –

№2 (11). – Режим доступу до журн.: https://drive.google.com/drive/folders/0B_w9huKeXPEIZjdYeExuTHM5WHM.

2. Гончаров Ю. В. Наноіндустрія як засіб підвищення якості життя людей та конкурентоспроможності національної економіки / Ю. В. Гончаров, С. М. Бондаренко // Економіст. – 2010. – № 3. – С. 26-30.

3. Касич А. О. Теоретичні та практичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства / А. О. Касич, Д. О. Глущенко // Економіка та держава. – 2016. – №11. – С. 65-70.

4. Касич А.О. Теоретичні та практичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства / Касич А.О., Глущенко Д.О. // Економіка та держава. – 2016. – №11. – С. 65-70.

5. Мишин В. М. Управление качеством. – М. : Юнити-Дана, 2000. – 303 с.

6. Свидрук І. І. Креативний менеджмент. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 224 с.

УДК 330.3:338

Бреус С.В., к.е.н., доцент
Київський національний університет
технологій та дизайну

УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ СИСТЕМИ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ОЦІНЮВАННЯ ЗАГРОЗ ТА РИЗИКІВ

В сучасних умовах рівень адекватності оцінювання економічної безпеки системи закладів вищої освіти (ЗВО) і управління нею залежить від своєчасного виявлення та ідентифікації загроз й вибору методів оцінювання ризиків. Системних сформованих класифікацій загроз економічній безпеці системи ЗВО в науковій літературі не наводиться. Зважаючи на це вважається за доцільне навести класифікацію загроз економічній безпеці системі ЗВО (рис. 1).

З урахуванням наведеної класифікації загроз економічній безпеці системі закладів вищої освіти можна виокремити їх в межах вказаних ознак з